



COMMUNIQUE DE PRESSE

Quand la Météo fait la pluie et le beau temps sur
les prévisions des entreprises météo dépendantes.

Paris, le 18 Février 2010

ACTUALITE

METNEXT et NIELSEN ANNONCENT LE LANCEMENT DE LA PREMIERE PLATEFORME D'INDICES MESURANT L'INFLUENCE DE LA METEO SUR LA CONSOMMATION

Inédit, en créant les 300 premiers indices METEOECO® d'impact de la météorologie sur la consommation en Grandes et Moyennes Surfaces, NIELSEN, premier panéliste mondial et METNEXT leader en météo-sensibilité et filiale de Météo France permettent aux fabricants et distributeurs d'améliorer leurs prévisions de ventes.

Alerte au froid sur la moitié de la France entre le 3 et le 10 janvier 2010

Indice METEOECO® ventes de potages : +24%

Indice METEOECO® ventes de bières : -11%

Ecarts moyens à la normale de saison de - 5,9°

Semaine chaude sur la France entre le 16 et le 23 aout 2009

Indice METEOECO® ventes de potages : -15%

Indice METEOECO® ventes de bières: +20%

Ecarts moyens à la normale de saison de + 3,4°C

Semaine prévisionnelle sur la France entre le 22 et le 28 Février 2010

Indice METEOECO® ventes de potages : +0.3%

Indice METEOECO® ventes de bières : +2.2%

Ecarts moyens à la normale de saison de +0.2°C

“Quand la météo fait des vagues, fabricants et distributeurs de produits météo-sensibles s'arrachent les cheveux : Comment éviter les ruptures en magasins ou au contraire l'accumulation coûteuse de stocks? Comment optimiser ses ventes et répondre au plus juste à une demande fortement dépendante des conditions météo?

C'est aujourd'hui possible grâce au partenariat entre METNEXT, filiale de Météo France, et NIELSEN, spécialiste de la mesure de consommation en grande surface. Les indices METEOECO® répondent à une vraie attente car plus de 30% de la consommation alimentaire est météo-sensible” explique Frédéric Bardoux, Président de Metnext.

“Le réchauffement climatique perturbe tous les indices de prévisions, même les plus fiables, une vraie déroute pour les prévisionnistes et analystes. Nos clients, très sensibles à ces aléas, ne peuvent plus ignorer l'impact météo. Ils nous demandent de les accompagner pour mieux comprendre leurs performances et éviter des pertes de parts de marchés “ précise Sébastien Monard – Insights Manager– Nielsen

Conscients de l'enjeu stratégique, NIELSEN et METNEXT s'unissent pour offrir aux professionnels 300 indices METEOECO® sur 30 catégories de produits de grande consommation distribués en France.



Les indices METEOECO® – Comment ça marche ?

NIELSEN recense l'ensemble des données de ventes en hypermarchés et supermarchés sur plusieurs années et les agrège par catégorie de produits et par région.

Les experts de METNEXT corrélient les ventes par région avec les observations météorologiques et les moyennes saisonnières pour déterminer un modèle d'impact météo par catégorie et par région.

Avec des **observations** météorologiques, le modèle fournit les indices **METEOECO® de suivi**.

Deux années de suivi sont d'ores et déjà disponibles par indice.

Avec des **prévisions** météorologiques fournies par Météo France, le modèle fournit les indices **METEOECO® prévisionnels**. Les horizons de prévisions sont aujourd'hui de une semaine, deux semaines et quatre semaines.

Dès aujourd'hui, 300 indices **METEOECO®** sont disponibles par abonnement sur le site www.weatherindices.com/nielsen. Ils couvrent **30 catégories** de produits de grande consommation alimentaire et selon les **9 régions Françaises Nielsen**.

A propos de METNEXT : www.metnext.com

Filiale de **Météo-France, de la Caisse des Dépôts et Consignations et de NYSE Euronext**, METNEXT est leader dans l'analyse de l'impact météo-climatique sur les entreprises et la fourniture de solutions opérationnelles.

Les outils et indices conçus par METNEXT modélisent les relations entre les paramètres météo et l'activité des entreprises pour les aider à analyser et prévoir l'impact du climat sur leur activité.

Les experts METNEXT accompagnent déjà des sociétés de référence de toutes tailles dans les secteurs de l'énergie, de l'agroalimentaire, des produits de grande consommation, de la distribution, des loisirs, de l'assurance et de la finance.

A voir : www.weatherindices.com

Metnext vient de mettre en place pour ses clients une plateforme de diffusion d'indices d'impact météorologiques dans 4 domaines :

- . METNEXT WEATHER : Indices météo synthétiques, par pays et par région
- . METEOECO® : indices d'impact de la météo sur les ventes en GMS
- . METNEXT POWER : indices prévisionnels de consommation et production d'énergie
- . METNEXT INSURANCE : indices d'observation pour les assurances météorologiques

A propos de NIELSEN : www.nielsen.com

The Nielsen Company est une société internationale d'information et de médias, leader sur plusieurs marchés.

Nielsen est active dans les secteurs de l'information marketing et consommateur, de l'information sur les médias, de l'information en ligne, de la mesure de la téléphonie mobile, des salons commerciaux et des publications commerciales. Cette société privée est active dans environ 100 pays. Son siège social est à New York, USA.

Pour toute information, contacter :

POUR METNEXT :

EquiLibrE : Florence Dapoigny (attachée de presse)

20, rue Victor Bart – 78000 Versailles – Tél : 01 30 25 00 33 / 06 60 49 83 95 - Mail : equilibre.dapoigny@club-internet.fr

POUR NIELSEN :

Sylvie Zuliani : Responsable Communication - Tél : 01 34 41 41 13 - Fax : 01 34 41 49 90 - Mail : sylvie.zuliani@nielsen.com

Sébastien Monard – Insights Manager - Tél : 01 34 41 41 82 - Mail : sebastien.monard@nielsen.com